

**PERSEPSI PEROKOK AKTIF TERHADAP PESAN BAHAYA
MEROKOK DALAM KEMASAN ROKOK
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi
Penyiaran Islam Semester Lima UIN-SU)**

SKRIPSI

Oleh:

HANAFI

NPM: 1203110167

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Broadcasting**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

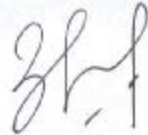
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : HANAFI
N P M : 1203110167
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERSEPSI PEROKOK AKTIF TERHADAP PESAN BAHAYA MEROKOK PADA KEMASAN ROKOK (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UINSU)

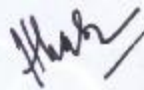
Medan, 21 Oktober 2017

PEMBIMBING



ELVITA YENNI, SS., M.Hum

DISETUJUI OLEH:
KETUA JURUSAN,



NURHASANAH NASUTION, M.LKom

DEKAN



Drs. TASRIE SYAM, M.Si


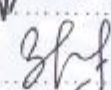
BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **HANAFI**
N P M : 1203110167
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 25 Oktober 2017
Waktu : 08.30 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **LUTFI BASIT, S.Sos., M.IKom** (.....) 
PENGUJI II : **M. SAID HARAHAHAP, S.Sos., M.IKom** (.....)
PENGUJI III : **ELVITA YENNI, SS., M.Hum** (.....) 

PANITIA UJIAN

Ketua


Drs. TASRIF SYAM, M.Si

Sekretaris


Drs. ZULFAHMI, M.IKom

PERNYATAAN

Bismilahirrohmaniirrohim

Dengan ini saya, HANAFI NPM 1203110167, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 15 Oktober 2017

Yang menyatakan,


HANAFI



Tagline: *Cerdas & Berperadaya*
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Hanafi
N P M : 1203110167
Jurusan : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : Persepsi persepsi aktif terhadap pesan bahaya merokok pada kemasan rokok
< studi deskriptif kualitatif pada mahasiswa jurusan KPI - UMSU >

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	Senin 28/6 2017	Revisi BAB I, II, III Setelah seminar Proposal	Zf
2	Senin 3/9 2017	Bimbingan daftar wawancara	Zf
3	16/10 2017	Bimbingan hasil wawancara	Zf
4	17/10 2017	Revisi hasil wawancara dan bimbingan BAB IV	Zf
5	18/10 2017	Revisi Bab IV dan bimbingan BAB V	Zf
6	19/10 2017	Revisi BAB IV dan BAB V	Zf
7	29/10 2017	Revisi BAB I, II, III, IV, V ACC SKRIPSI	Zf
8	24/10 2017		

Medan,20.....

Dekan,


(Drs. Kasni Syam M.Si.)

Ketua Program Studi,


(Nurhasanah Nst.....)

Pembimbing ke :


(Elvita Jurni)

**Persepsi Perokok Aktif Terhadap Pesan Bahaya Merokok Dalam Kemasan
Rokok (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi
Penyiaran Islam Semester Lima UIN-SU)**

Hanafi
1203110167

Abstrak

Sebagai salah satu mahasiswa Jurusan Komunikasi , penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian tentang persepsi perokok aktif terhadap pesan dan peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi perokok melihat pesan bahaya merokok. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi perokok aktif terhadap pesan bahaya merokok disetiap kemasan rokok dengan menggunakan teori-teori komunikasi yang sudah ada. Penelitian dilakukan pada mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang merokok lebih dari 3 tahun. teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori pesan nonverbal dan teori persepsi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara terstruktur. Hasil persepsi mahasiswa jurusan KPI UIN-SU tentang pesan bahaya merokok bisa dibilang cukup mendukung dengan upaya pemerintah untuk mengurangi jumlah perokok, agar bisa menyadarkan masyarakat tentang bahaya nya merokok, namun ada juga persepsi perokok yang mengatakan bahwa pesan bahaya merokok tersebut kurang cukup untuk mengurangi jumlah perokok di Indonesia. Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UINSU memiliki cara-cara tersendiri untuk menghindari sikap takut terhadap pesan tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peraturan pemerintah mengenai aturan pencantuman pesan dan peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok tersebut merupakan usaha yang bagus namun kurang efektif untuk membuat perokok aktif dapat mengurangi intensitas merokok bahkan berhenti merokok.

Kata kunci : Persepsi, pesan bahaya merokok, Perokok Aktif

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wa Rahmatullahi Wa Barakatuh

Alhamdulillahirrabil'alamin dengan mengucapkan puji syukur kehadirst ALLAH SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Kripsi “Persepsi Perokok Aktif Terhadap Pesan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiwa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri)” yang diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat menyelesaikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi *Broadcasting*/Penyiaran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dan tidak lupa pula shalawat beriring salam senantiasa dicurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan kita penerang jalan di muka bumi dan semesta alam, serta para sahabat Rasul yang tiada lelah menegakkan Islam di muka bumi.

Dalam kesempatan ini, peneliti banyak menerima bantuan dan bimbingan dari segala pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terkhusus kepada yang tercinta **Ayahanda Drs.Ja'far Jusuf** dan **Ibunda Latifah Hanum** yang tiada henti dan lelah untuk mendoakan Ananda hingga sampai saat ini. Dan juga telah membesarkan, mendidik, membimbing, melindungi, memberikan semangat yang tinggi, serta yang terkasih **Abangda M.Haris, M.Fadhil, Ibnu**

Rasyid,S.H, dan yang penulis sayangi **Kakanda Aulia,S.Sos**. Terima kasih telah menghibur dan tetap menyemangati peneliti menyelesaikan skripsi ini.

1. Bapak **Dr. H. Agussani,M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak **Drs. Tasyrif Syam, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak **Drs. Zulfahmi, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada beliau yang telah banyak membantu peneliti di bidang akademik, hanya Allah S.W.T yang bisa membalas semua kebaikan Bapak.
4. Bapak **Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu **Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu **Elvita Yenni, S.S., M.Hum.** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama pelaksanaan penulisan skripsi. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Bapak/Ibu Dosen pengajar dan para staff di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Kepada sahabat penulis **Rizky Annisa Ummamy S.Tr.** yang telah banyak memberi bantuan, semangat dan motifasi kepada penulis.
9. Kepada keluarga besar MAPALA UMSU, baik itu Anggota Luar Biasa, Anggota Biasa, hingga Anggota Muda. Terima kasih telah menjadikan penulis bagian dari kalian. Pengalaman dan Ilmu yang berharga tidak akan didapat di tempat lain.
10. Kepada Angkatan XIX (Metamorfosis) **Gunawan, Tama, Jek, Pohan, Balqis** dan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk kebersamaan nya.
11. Kepada sahabat sepenanggungan , **M.Fahrozy, Risky Marganti, M.Darwin Syahputra, Hari Laksono** terima kasih masih bersama-sama setia menunggu stambuk 2012.

Akhirnya kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi, penulis mengucapkan terima kasih dan hanya Allah SWT yang dapat memberikan balasan-Nya yang setimpal atas jasa dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga bermanfaat bagi semua pihak yang membaca dan memperluas cakrawala pemikiran dimana yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, 15 Oktober 2017
Penulis

Hanafi
1203110167

Daftar Isi

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II URAIAN TEORITIS.....	9
A. Komunikasi.....	9
1. Pengertian Komunikasi.....	9
2. Unsur-Unsur Komunikasi.....	11
3. Fungsi komunikasi.....	12
B. Pesan.....	11
1. Definisi pesan.....	12
2. Jenis-jenis Lambang dan Pesan dalam Komunikasi.....	14
a. Pesan Verbal.....	15
b. Pesan Non Verbal.....	16
3. Bentuk Pesan.....	16
a. Informatif.....	16
b. Persuasif.....	16

	c. Koersif.....	16
	C. Persepsi.....	17
	1. Pengertian Persepsi.....	17
	2. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Persepsi.....	20
	D. Rokok.....	24
	1. Pengertian Rokok	24
	2. Alasan Orang Merokok.....	25
	3. Perokok Aktif dan Perokok Pasif.....	29
	4. Bahan-Bahan Rokok yang Berbahaya Bagi Kesehatan...	30
	5. Rokok Jika di Pandang Dari Berbagai Aspek.....	31
	6. Peraturan Pemerintah Tentang Rokok.....	35
BAB III	METODE PENELITIAN.....	38
	A. Jenis Penelitian.....	38
	B. Kerangka Konsep.....	39
	C. Defenisi Konsep.....	40
	D. Kategorisasi.....	41
	E. Informan/Narasumber.....	42
	F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
	G. Teknik Analisis Data.....	43
	H. Lokasi dan waktu Penelitian.....	44
	I. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	44

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
	A. Hasil Penelitian	46
	B. Pembahasan.....	60
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
	A. Kesimpulan.....	65
	B. Saran.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penghasilan Bersih Produsen Rokok	4
Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Identitas Narasumber.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Rokok adalah lintingan atau gulungan tembakau yang dibungkus dengan kertas atau pun daun dan sudah di gunakan dari zaman dahulu. Biasanya rokok di perlukan setelah makan , menunggu sesuatu atau teman minum kopi. Merokok sudah menjadi kebiasaan yang sulit di hilangkan. Meski pun dampak dan efek nya buruk bagi kesehatan, bukan hanya kepada perokok aktif saja, namun lebih berbahaya lagi bila asap yang di hembuskan oleh perokok aktif dan dihirup bagi orang yang tidak merokok (perokok pasif).Kebiasaan merokok tidak terlepas dari berbagai kalangan, dari mulai kalangan lanjut usia hingga anak-anak yang di bawah umur pun juga ikut menikmati lezatnya rokok. Dan mereka sebenarnya tidak sadar bahwa bahaya merokok sedang mengintai mereka di balik nikmatnya asap yang mereka hirup. Dan sebenarnya mereka juga tidak memikirkan kesehatan orang yang ada di sekitarnya jika mereka merokok di tempat umum. Merokok adalah kebiasaan buruk sebagian besar orang. Tanpa berpikir panjang dan jernih, mereka menghisap racun yang membunuh diri mereka secara perlahan-lahan. Sudah jelas bahkan, di dalam bungkus rokok itu sendiri sudah tertulis ”Merokok dapat menyebabkan kanker, penyakit jantung, impotensi, gangguan kehamilan dan janin”. Namun, tulisan tersebut seolah-olah hanya hiasan yang memperindah bungkus rokok tersebut. Suatu pertanyaan yang besar, tapi mengapa mereka tidak menghiraukan kalimat tersebut.

Apakah tulisan itu hanya mereka anggap sebagai tulisan yang tidak ada gunanya.

Bahaya rokok dan dampak rokok bagi kesehatan memang sudah dicantumkan dalam setiap bungkus rokok yang dijual dipasaran. Disana disebutkan bahaya rokok untuk kesehatan seperti : “merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin”. Akan tetapi, walaupun bahaya rokok serta zat rokok yang terkandung didalamnya sudah disebutkan pada kemasan bungkus rokok, masih banyak masyarakat Indonesia yang merokok. Sebenarnya, perang terhadap rokok sudah dilakukan oleh berbagai orang secara individu maupun secara kelembagaan dan organisasi. Tidak salah akhirnya jika pada setiap tanggal 31 Mei seluruh dunia merayakan atau mengkampanyekan *World No Tobacco Day*, atau di Indonesia kita menyebutnya hari tanpa asap rokok aktif. Bukan saja Indonesia, Perlu diketahui, bahwa *World No Tobacco Day* tersebut adalah anggota dari badan kesehatan dunia-WHO. Jadi, bisa dipastikan bahaya merokok memang benar dan bukan main-main.

Berbagai cara telah dilakukan pemerintah untuk mengurangi konsumsi rokok masyarakat Indonesia, diantaranya dengan menaikkan pajak cukai rokok setiap tahun dan menetapkan pasal 115 tentang UU Kesehatan yang menyebutkan kawasan tanpa rokok (KTR) yakni fasilitas pelayanan kesehatan, tempat proses belajar mengajar, tempat anak bermain, tempat ibadah, angkutan umum, tempat kerja dan tempat umum lainnya. Pada bulan Desember tahun 2013 DPRD beserta Pemko Medan sudah mengesahkan Peraturan Daerah (Perda) Kawasan Tanpa Rokok (KTR) dimana bagi pelanggar Perda KTR yakni denda perorangan

maksimal Rp 50 ribu, denda bagi pengelola tempat kerja atau umum maksimal Rp 5 juta dan denda bagi yang sengaja membiarkan maksimal Rp 10 juta.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003, tiap bungkus rokok harus mencantumkan pesan peringatan kesehatan tunggal dan tidak berganti-ganti yang bunyinya ialah “Merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin.” Sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah (PP) 109 tahun 2012 yang mengatur tentang pemasangan gambar menyeramkan yang merupakan efek yang ditimbulkan oleh rokok, mulai bulan Juni 2014, pesan peringatan kesehatan pada bungkus rokok akan berganti menjadi "Peringatan: Merokok Membunuhmu".

Walaupun telah banyak cara dilakukan untuk mengurangi konsumsi rokok, namun seperti tidak ada hasil yang maksimal. Bahkan jumlah penjualan meningkat untuk perusahaan rokok salah satunya. PT.HM Sampoerna Tbk yang dikutip dari TRIBUN NEWS.COM

TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA – PT HM Sampoerna Tbk sepanjang tahun 2016 menguasai 33,4 persen pangsa pasar rokok Tanah Air.

Mindaugas Trumpaitis, Presiden Direktur Sampoerna di Jakarta, Kamis (28/4/2017) mengatakan, pangsa pasar sebesar ini memposisikan Sampoerna sebagai pemimpin pasar rokok di Indonesia saat ini. Dia menjelaskan, sepanjang 2016, perseroan membukukan penjualan rokok 105,5 miliar batang dengan nilai penjualan bersih Rp 95,5 triliun. Angka ini naik 7,2 persen dari Rp 89,1 triliun di tahun 2015. Kinerja bisnis kuartal pertama 2017 membukukan pendapatan bersih sebesar Rp 22,6 triliun, naik 3% dari Rp 21,9 triliun dibandingkan periode yang

sama tahun lalu. Laba bersih juga tumbuh sebesar 23,1% di tahun 2016 dibandingkan tahun 2015. Sementara itu, Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) Sampoerna memutuskan pembagian dividen sebesar Rp 107,7 per saham atau setara dengan 98,2% dari laba bersih tahun sebelumnya. Sampoerna saat ini berusaha memperkuat posisinya di kategori Sigaret Kretek Mesin (SKM) full-flavor melalui ekspansi geografis rokok U Bold ditambah kesuksesan peluncuran Marlboro Filter Black di beberapa kota Indonesia. “Segmen SKM full flavor merupakan kesempatan yang besar bagi kami dan kami sangat senang dengan kinerja produk-produk baru kami di kategori tersebut, seperti U Bold dan Marlboro Filter Black,” ungkap Mindaugas Trumpaitis. Dia juga memaparkan, rokok Marlboro Filter Black yang baru saja diluncurkan mencapai pangsa pasar 1 persen di kuartal pertama 2017. Sementara rokok U Bold meraih pangsa pasar 0,9% setelah ekspansi distribusinya ke 55 kota. Bukan hanya dari PT HM Sampoerna Tbk saja yang mengalami kenaikan laba, namun ada empat Produsen rokok terbesar yang mengalami kenaikan beberapa tahun.

Tabel 1.1. Data penjualan laba bersih tiga perusahaan produsen rokok terbesar di Indonesia

1. HM Sampoerna

Tahun	Penjualan (Rp miliar)	Net Profit (Rp miliar)
2008	34.68	3.895
2009	38.972	5.087
2010	43.382	6.421
2011	52.857	8.065
2012	66.626	9.945
2013	75.025	10.818
2014	80.69	10.181
2015	89.069	10.355

2. Gudang Garam

Tahun	Penjualan (Rp miliar)	Net Profit (Rp miliar)
2009	32.973,1	3.455,7
2010	37.692,0	4.146,3
2011	41.884,4	4.894,1
2012	49.028,7	4.013,8
2013	55.537,0	4.328,7
2014	65.185,9	5.405,7
2015	70.365,6	6.435,7

3. Wismilak Inti Makmur

Tahun	Penjualan (Rp miliar)	Net Profit (Rp miliar)
2011	925,2	129,4
2012	1.119,1	77,2
2013	1.588,0	132,5
2014	1.661,5	112,5
2015	1.839,4	130,9

Sumber: Diolah dari indonesia-investments.com www.solopos.com

Dari data diatas bisa dilihat jumlah penjualan dan keuntungan setiap tahunnya bertambah, walau sudah di cantumkan pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok. Meski di setiap kemasan rokok sudah tercantum peringatan bahaya merokok seperti, merokok dapat menyebabkan serangan jantung, hipertensi, kanker, impotensi dan janin, namun masih banyak masyarakat yang mengkonsumsi rokok. Terlebih mahasiswa yang seharusnya lebih cerdas untuk menanggapi pesan dalam kemasan rokok dan bagaimana persepsi mereka melihat pesan dalam kemasan tersebut. Oleh sebab itu penulis tertarik meneliti tentang persepsi perokok aktif terhadap pesan bahaya merokok dalam kemasan rokok.

A. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan sehingga peneliti dapat terarah dalam membahas masalah yang akan diteliti. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah ini sebagai berikut: Bagaimana persepsi mahasiswa perokok aktif terhadap peringatan bahaya merokok disetiap bungkus rokok?

B. Pembatasan Masalah

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka penulis merumuskan pembatasan masalah agar permasalahan yang diteliti menjadi terarah, tidak samar dan meluas. Oleh karena itu, yang menjadi pembatasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada mahasiswa perokok aktif Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam semester dan 5 di UIN-SU
2. Hanya membahas persepsi perokok aktif terhadap pesan bahaya merokok pada kemasan rokok.

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi perokok aktif terhadap pesan bahaya merokok pada kemasan rokok khusus nya Mahasiswa UIN-SU.
2. Sebagai salah satu syarat Wisuda

D. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat disumbangkan kepada FISIP UMSU khususnya jurusan Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya literatur bacaan dan khasanah penelitian bagi Mahasiswa.
- b. Secara teoritis, diharapkan penelitian ini dapat menambah uraian yang bersifat teoritis.

- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat member masukan kepada berbagai pihak khusus nya kepada lembaga-lembaga yang terkait dalam hal pendidikan, pada masyarakat dan mahasiswa.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini berisikan Uraian Teoritis yang menguraikan tentang Teori Komunikasi, Pesan, Teori Persepsi. Pada Bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau data skunder/tertier untuk membahas permasalahan yang menjadi topic skripsi, sepanjang teori-teori data skunder/tertier itu berkaitan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, prosedur penelitian, sampel, unit analisis, narasumber penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan metode ujinya. Adapun sistematika untuk Bab ini sebagai berikut : Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi, Informan atau Narasumber, Teknik Pengumpulan Data, teknik Analisis Data, Lokasi dan Waktu Penelitian, serta Deskripsi Lokasi Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah pesan verbal maupun nonverbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Si pengirim pesan dapat berupa seorang individu, kelompok, atau organisasi ataupun sebaliknya. Proses komunikasi merupakan proses yang timbale balik karena antara si pengirim dan si penerima saling mempengaruhi satu sama lain. Jadi, jika orang-orang yang melakukan komunikasi, berarti orang-orang tersebut ingin memahami suatu kejadian.

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah atau komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin, yaitu *commnicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. (Wiryanto, 2004:5)

Menurut Brent D. Ruben (Arni, 2009:3). Komunikasi adalah suatu proses melalui makna individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi atau dalam masyarakat, menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain.

Menurut Everest M. Rogers dan Lawrence Kincaid (Wiryanto, 2004) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya

memberikan pengertian yang mendalam.

Menurut Cangara (2011:4) mendefinisikan komunikasi adalah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya, diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak Adam dan Hawa.

Dari berbagai definisi komunikasi sebagaimana diatas, pada dasarnya dapat ditarik “benang merah” sebagai berikut:

- a. Komunikasi merupakan proses dimana individu – dalam hubungannya dengan orang lain, kelompok, organisasi atau masyarakat – merespon dan menciptakan pesan untuk berhubungan dengan lingkungan dengan orang lain.
- b. Komunikasi merupakan proses pertukara informasi, biasanya melalui sistem simbol yang berlaku umum, dengan kualitas bervariasi.
- c. Komunikasi terjadi melalui banyak bentuk, mulai dari dua orang bercakap secara hadap-hadapan, isyarat tangan, hingga pada pesan yang dikirimkan secara global keseluruh dunia melalui jaringan telekomunikasi.
- d. Komunikasi adalah proses yang memungkinkan kita berinteraksi (bergaul) dengan orang lain. Tanpa komunikasi kita tidak akan mungkin berbagi pengetahuan atau pengetahuan dengan orang lain. Proses berkomunikasi dalam hal ini bisa melalui ucapan (*speaking*), tulisan (*writing*), gerak tubuh (*gesture*) dan penyiaran (*broadcasting*). (Mufid, Muhammad, 2010:3).

Harold Lasswell menjelaskan bahwa cara terbaik untuk kegiatan komunikasi menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam komunikasi yaitu: “siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, dengan efek

apa”. (*Who Says What to Whom in Which Channel with What Effect*). Unsur sumber (*Who*) mengundang pertanyaan mengenai pengendalian pesan. Unsur pesan (*says what*) merupakan bahan untuk analisis isi. Saluran komunikasi (*in which channel*) menarik untuk mengkaji mengenai analisis media. Unsur penerima (*to whom*) banyak digunakan untuk studi analisis khalayak. Unsur pengaruh (*with what effect*) berhubungan erat dengan kajian mengenai efek pesan pada khalayak. (Wiryanto, 2004:17).

1. Secara mendasar komunikasi mempunyai enam unsur mendasar (Mufid, Muhammad 2010:3-4).
 - a. Komunikasi melibatkan hubungan seseorang dengan orang lain atau hubungan seseorang dengan lingkungannya, baik dalam pengaturan atau koordinasi.
 - b. Proses, yakni aktivitas yang nonstatis, bersifat terus menerus. Ketika kita bercakap-cakap dengan seseorang misalnya, kita tentu tidak diam saja. Didalamnya kita membuat perencanaan, mengatur nada, menciptakan pesan baru, menginterpretasikan pesan, merespon atau mengubah posisi tubuh agar terjadi kesesuaian dengan lawan bicara.
 - c. Pesan yaitu tanda (*signal*) bagi penerima tanda yang berfungsi sebagai stimulus (pemicu) bagi penerima tanda. Pesan dapat berupa tanda atau simbol. Sebagian tanda dapat bersifat universal, yakni dipahami oleh sebagian besar manusia diseluruh dunia, seperti senyum sebagai tanda senang atau mendung sebagai tanda akan hujan, tanda bersifat universal daripada simbol. Ini dikarenakan simbol terbentuk melalui kesepakatan, seperti simbol Negara.

Karena terbentuk melalui kesepakatan, maka simbol tidak bersifat alami dan tidak pula universal.

- d. Saluran (*channel*), adalah wahana dimana tanda dikirim. *Channel* bisa bersifat visual (dapat dilihat) atau aural (dapat didengar).
 - e. Gangguan (*noise*), segala sesuatu yang dapat membuat pesan menyimpang atau segala sesuatu yang dapat mengganggu diterimanya pesan. Gangguan bisa bersifat fisik, psikis (kejiwaan) atau semantic (salah paham).
 - f. Perubahan, yakni komunikasi menghasilkan perubahan pada pengetahuan, sikap atau tindakan orang yang terlibat dalam proses komunikasi.
2. Fungsi komunikasi (Effendy, 2003:55) antara lain:
- a. Menginformasikan (*to inform*)
 - b. Mendidik (*to educate*)
 - c. Menghibur (*to entertain*)
 - d. Mempengaruhi (*to influence*)

B. Pesan

Komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat penting, karena dengan komunikasi dapat menjembatani segala bentuk ide yang akan disampaikan kepada seseorang. Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang dimengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikan. Pesan adalah inti utama komunikasi. Tanpa pesan, tidak akan terjadi adanya komunikasi. Karena pesan termasuk salah satu unsur penting dalam komunikasi.

Pengertian dari pesan atau informasi dapat diartikan sebagai inti dari komunikasi, di mana sebuah pesan akan berkaitan dengan apa yang dikomunikasikan. Sebagai contoh, jika seseorang menulis surat, maka apa yang dituliskannya itu merupakan pesan. Begitu pula dalam acara televisi, orang yang berbicara dari acara tersebut juga bertujuan menyampaikan pesan.

1. Definisi Pesan

Adapun pesan itu menurut Onong Effendy, menyatakan bahwa pesan adalah: “suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain”.(Effendy, 1989:224).

Selain itu, Sastropetro (1982:13) memberikan pengertian bahwa pesan (*encoding*) merupakan suatu kegiatan penting, sulit dan menentukan apakah gagasan yang ada dapat dituangkan secara pasti kedalam lembaga yang berarti dan telah disusun sedemikian rupa, sehingga menghindari timbulnya salah paham.

Pratikno (1987:42) mendefinisikan pesan dengan melihat dari bentuknya, yaitu: “*Pesan adalah semua bentuk komunikasi baik verbal maupun nonverbal. Yang dimaksud dengan komunikasi verbal adalah komunikasi lisan, sedangkan nonverbal adalah komunikasi dengan simbol, isyarat, sentuhan perasaan dan penciuman*”.

Sedangkan Menurut De Vito, pesan adalah pernyataan tentang pikiran dan perasaan kita yang dikirim kepada orang lain agar orang tersebut diharapkan bisa mengerti dan memahami apa yang diinginkan oleh sipengirim pesan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pesan adalah suatu materi yang disampaikan kepada orang lain dalam bentuk gagasan baik verbal maupun nonverbal, untuk menyatakan maksud tertentu sesuai dengan kebutuhan orang lain berkenaan dengan manfaat dan kebutuhannya. Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa gagasan, pendapat dan sebagainya yang sudah dituangkan dalam suatu bentuk dan melalui lambang komunikasi diteruskan kepada orang lain atau komunikan.

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan atau tema sebagai pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan adalah tujuan akhir dari pesan itu sendiri. Pesan (*message*) terdiri dari dua aspek, yaitu isi pesan (*The content of message*) dan lambang/symbol untuk mengekspresikannya. Lambang utama pada komunikasi umumnya adalah bahasa, karena hanya bahasa yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini hal yang kongkrit dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan yang akan datang dan sebagainya.

2. Jenis-jenis Lambang dan Pesan dalam Komunikasi

Membicarakan pesan (*message*) dalam proses komunikasi, kita tidak bisa lepas dari apa yang disebut simbol dan kode, karena pesan dikirim komunikator kepada penerima terdiri atas rangkai simbol dan kode. Menurut Cangara (2004:95) bahwa simbol adalah suatu proses komunikasi yang dipengaruhi oleh kondisi

sosial budaya yang berkembang pada suatu masyarakat. Sebagai makhluk sosial dan makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam simbol, baik yang diciptakan oleh manusia itu maupun yang bersifat alami. Secara umum, jenis symbol dan kode pesan terbagi menjadi dua, yakni :

a. Pesan Verbal

Pesan verbal adalah jenis pesan yang penyampaianya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Pesan verbal dalam pemakaiannya, menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti, bahasa menjadi peralatan yang sangat penting untuk memahami lingkungan. Melalui bahasa, kita dapat mengetahui sikap, perilaku dan pandangan suatu bangsa, meski kita belum pernah berkunjung ke negaranya.

Bahasa mengembangkan pengetahuan kita, agar kita dapat menerima sesuatu dari luar dan juga berusaha untuk menggambarkan ide-ide kita kepada orang lain. sebagai alat pengikat dan perekat dalam hidup bermasyarakat, bahasa dapat membantu kita menyusun struktur pengetahuan menjadi logis dan mudah diterima oleh orang lain. Sebab bagaimanapun bagusya sebuah ide, kalau tidak disusun dengan bahasa yang sistematis sesuai dengan aturan yang telah diterima, maka ide yang baik itu akan menjadi kacau. menurut Benyamin Lee Whorf (dalam Cangara, 2004:97) bahwa bahasa bukan hanya membagi pengalaman, tetapi juga me bentuk pengalaman itu sendiri.

b. Pesan Non-Verbal

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai pesan verbal (bahasa) juga memakai pesan non-verbal. Pesan nonverbal menurut Cangara (2004:99) bahwa pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaianya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli yang timbul. pesan nonverbal bisa disebut bahasa isyarat atau gesture atau bahasa diam (*silent language*).

3. Bentuk-bentuk Pesan

Selain hal tersebut di atas, pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya. Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan yaitu:

a. Informatif

Yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

b. Persuasif

Yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

c. Koersif

Menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi bentuk yang terkenal dari penyampaian secara ini adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan dikalangan publik. *Koersif* berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target. (Widjaja & Wahab,1987:61).

Sementara pesan bahaya merokok dalam kemasan rokok tersebut termasuk bentuk pesan persuasif yang bermaksud membujuk agar masyarakat bisa mengurangi konsumsi rokok atau berhenti merokok.

C. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi Secara bahasa, kata persepsi berasal dari bahasa Inggris *Perception* yang artinya penglihatan (pesan yang dikenali), perasaan (setelah melihat pesan bagaimana perasaan nya), dan penangkapan (ditafsirkan). Sementara dalam kamus lengkap Bahasa Indonesia populer, persepsi memiliki pengertian sebagai tanggapan dari sesuatu yang dilihat atau didengar, atau dapat pula bermakna sebagai proses pengamatan tentang sesuatu objekdengan menggunakan panca indera.

Persepsi dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu (Sobur, 2003:445).

Menurut Slameto (2010:102), persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia

terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa dan pencium. Dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya. Persepsi mempunyai sifat subjektif, karena bergantung pada kemampuan dan keadaan dari masing-masing individu, sehingga akan ditafsirkan berbeda oleh individu yang satu dengan yang lain. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran, atau penginterpretasian terhadap apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Hal ini tampak jelas pada definisi John R. Wenburg dan William W. Wilmot: "Persepsi didefinisikan sebagai cara organisme memberikan makna", atau definisi Rudolf F. Verderber: "Persepsi adalah proses menafsirkan informasi indrawi" (Mulyana, 2005:167).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensori stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari

persepsi. Walaupun begitu , menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. (Rakhmat 2005:51).

Sementara menurut Brian Fellows persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisa informasi. Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (yakni indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap, atau indra pendengar), atensi, dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang di kirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecapan. Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dianmis. Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung resiko(Mulyana 2005:168).

Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses yang terjadi dalam pengamatan seseorang terhadap orang lain. Persepsi juga bisa diartikan sebagai proses. Pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan atau bekerjasama, jadi setiap orang tidak terlepas dari proses persepsi. Kita biasanya menganggap bahwa kita bisa melihat hal-hal yang benar-benar faktual atau nyata didunia sekitar kita. Kita mengira bahwa benda-benda yang kita lihat atau persepsi adlah hal-hal yang nyata, sedangkan hal-hal lain seperti ide dan etori merupakan sesuatu yang kurang

nyata, bagi setiap orang apa yang dipersepsikan adalah kenyataan (Matsumono, 2004:59)

Persepsi itu bersifat kompleks dengan pesan yang akhirnya memasuki otak kita dan apa yang terjadi diluar dapat sangat berbeda dengan apa yang mencapai otak kita. Mempelajari bagaimana dan mengapa pesan-pesan ini berbeda sangat penting dalam memahami komunikasi. Kita dapat mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja dengan menjelaskan tiga langkah yang terlibat dalam proses ini. Tahapan-tahapan ini tidak saling terpisah, dalam kenyataan ketiganya bersifat kontiniu, bercampur baur, dan bertumpang tindih satu sama lain.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam mensentuk persepsi, pemikiran-pemikiran yang ada dipengaruhi oleh factor dari eksternal dan internal yang mempengaruhi persepsi itu sendiri.

Factor yang mempengaruhi persepsi

- a. Gerakan
- b. Intensitas stimuli
- c. Perulangan objek yang dipeseptikan
- d. Kontras

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi

- a. Gender
- b. Biologis
- c. Fisiologis
- d. Sosio-psikologis
- e. Sikap

f. Kebiasaan

g. Kemauan

Jenis Persepsi Manusia

Persepsi manusia sebenarnya terbagi menjadi dua yakni persepsi objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia bersifat dinamis. Persepsi terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi terhadap lingkungan social.

Perbedaan tersebut mencakup hal-hal sebagai berikut;

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambing-lambang fisik sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambing-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak mempersepsi kita ketika pada saat kita mempersepsi mereka. Dengan kata lain persepsi terhadap manusia lebih interaktif.
- c. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain objek bersifat statis sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat dari pada persepsi terhadap objek. Dan oleh karena itu juga, lebih cepat dari pada persepsi terhadap objek. Dan oleh karena itu juga, persepsi terhadap manusia lebih beresiko daripada terhadap objek. (Mulyan, 2010:184).

Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) kita terkadang melakukan kekeliruan. Kondisi mempengaruhi kita terhadap suatu benda. Misalnya ketika

merasa kepanasan ditengah gurun. Kita tidak jarang melihat fatamorgana. Ketika kita disuruh mencicipi suatu makanan, mungkin pendapat kita akan berbeda dengan orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda membuat persepsi kita juga berbeda atas suatu objek.

Persepsi terhadap manusia adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang kita alami dan dalam lingkungan kita. “manusia selalu memikirkan orang lain dan apa yang orang lain pikitkan tentang dirinya, an apa yang orang lain pikirkan mengenai apa yang ia pikirkan mengenai orang lain itu dan seterusnya”. (R.D Laining) (Mulyana, 2010:191)

Kita mempersepsi orang melalui:

- a. Proxemics : jarak ketika orang berkomunikasi
- b. Kinesis : gerakan dan isyarat
- c. Petunjuk wajah : sedih dan senang
- d. Paralinguistic : dialek, bahasa dan intonasi
- e. Artifaktual

Beberapa prisnsip penting mengenai persepsi social yang menjadi pembenaran atas perbedaan persepsi social ini adalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan pengalaman

Pola-pola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas (social) yang telah dipelajari. Persepsi manusia terhadap seseorang objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman yakni misalnya budaya barat tidak mengenal ucapan “mohon maaf lahir batin” yang

biasanya disampaikan Muslim di Indonesia setiap Idul Fitri. Pantaslah ketika Muslim Indonesia pada waktu sedang studi S2 di London mengatakan “*please forgive me*” atau semacamnya, mereka bertanya dengan heran “*for what ?*”.

b. Persepsi bersifat dugaan

Pross persepsi yang bersifat dugaan itu memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lengkap dari suatu pandang manapun, oleh karena informasi lengkap yang tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat penginderaan itu.

c. Persepsi bersifat evaluatif

Tidak ada persepsi yang pernah objektif. Dengan demikian persepsi bersifat pribadi dan subjektif. “persepsi pada dasarnya mewakili keadaan fisik dan psikologis individu alih-alih menunjukkan karakteristik dan kualitas mutlak objek yang dipersepsi” (Andrea L. Rich) (Mulyana, 2010:26). Tidak seorang pun mempersepsi suatu objek tanpa mempersepsi seberapa baik atau buruk objek tersebut.

d. Persepsi bersifat konseptual

Rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dari, semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, penghargaan dan oleh karenanya persepsi kita

Setelah mempelajari hal-hal dalam persepsi, lalu bagaimanakah hubungan antara persepsi dan komunikasi. Dapat dijelaskan bahwa makna merupakan

jantungnya komunikasi dan persepsi itu mempertajam komunikasi. Persepsi merupakan inti dari komunikasi sebab jika persepsi tidak akurat, maka komunikasi tidak akan berjalan secara efektif. Selain itu, akan menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan lain dan pastinya setiap orang memiliki persepsi yang berbeda. (Mulyana, 2010:179-255).

D. Rokok

1. Pengertian Rokok

Rokok adalah lintingan atau gulungan tembakau yang digulung/dibungkus dengan kertas, daun, atau kulit jagung, sebesar kelingking dengan panjang 8-10 cm, biasanya dihisap seseorang setelah dibakar ujungnya. Rokok merupakan pabrik bahan kimia berbahaya. Hanya dengan membakar dan menghisap sebatang rokok saja, dapat diproduksi lebih dari 4000 jenis bahan kimia. 400 diantaranya beracun dan 40 diantaranya bisa berakumulasi dalam tubuh dan dapat menyebabkan kanker. Rokok juga termasuk zat adiktif karena dapat menyebabkan adiksi (ketagihan) dan dependensi (ketergantungan) bagi orang yang menghisapnya. Dengan kata lain, rokok termasuk golongan NAPZA (Narkotika, Psikotropika, Alkohol, dan Zat Adiktif).

2. Alasan orang merokok

Merokok pada zaman sekarang bukanlah hal yang tabu lagi. Mulai dari tua, remaja, bahkan anak dibawah umur sudah banyak yang merokok. Bagi orang tua khususnya laki-laki merokok adalah hal yang wajar. Meskipun di bungkus rokok sudah tertera peringatan, bahkan gambar yang mengkonsumsi. Rokok seperti sudah menjadi rutinitas seseorang setiap harinya. Kalau satu hari saja tidak mengkonsumsi rokok rasanya seperti ada yang kurang. Kita tidak bias juga menyalahkan seorang perokok. Setiap orang yang merokok pasti memiliki alasan sendiri mengapa merokok. Mari kita simak beberapa alasan kenapa seseorang merokok.

a. Menghancurkan stress

Bagi para pecandu rokok salah satu alasan mereka merokok adalah rokok dapat menghilangkan stress, atau setidaknya mengurangi stress yang mereka alami karena suatu masalah yang sedang mereka hadapi.

b. Rasa lega dan santai

c. Untuk jeda setelah melakukan sesuatu

Hal ini dilakukan untuk beberapa aktivitas tertentu, misalnya merokok setelah makan, atau merokok sambil menikmati kopi/the disaat sedang bersantai atau pun membaca Koran di pagi hari.

d. Pergaulan

Beberapa orang beralasan merokok membuat mereka diterima di pergaulan khususnya para remaja. Dan biasanya didalam komunitas tersebut juga berisi orang-orang yang merokok.

e. Rasa percaya diri

Seseorang yang merasa kurang percaya diri biasanya akan lebih mudah menjadi perokok, mereka percaya rokok menjadikan rasa percaya diri mereka bertambah. Yang awalnya malu-malu didalam suatu komunitas, menjadi berani bergaul.

f. Ingin diakui

Seseorang yang ingin mendapat pengakuan dari teman sebayanya akan memilih rokok sebagai alasan utama. Alasannya agar tidak dianggap cupu, dan disepekan. Merasa diremehkan atau kerap menjadi bahan tertawaan oleh teman yang terlebih dahulu menjadi perokok, membuat seseorang memilih jalan ini.

g. Penasaran

rasa penasaran dan ingin tau seseorang menjadi salah satu alasan. Awalnya memang sekedar coba-coba, tetapi kemudian menjadi pecandu. Dikeliling orang-orang perokok membuat seseorang awalnya hanya ingin tahu akhirnya menjadi pecandu.

h. Motto Klasik

Adanya motto klasik yang dianut setiap perokok. Motto perokok yang mempengaruhi seseorang yang tidak merokok menjadi perokok. Motto yang menjadi panutan setiap perokok adalah “Merokok mati, gak merokok juga mati”.

Fakta-fakta mengenai efek buruk merokok sudah jelas: 1 dari 10 orang dewasa meninggal akibat penyakit yang berkaitan dengan rokok. Sekitar 5 juta per tahun jumlahnya. Itu data menurut WHO. Larangan-larangan merokok sudah dikeluarkan oleh pemerintah di berbagai belahan dunia. Pajak untuk rokok dan produk tembakau lain sudah ditinggikan. Tetapi, kenapa orang tetap merokok?

Godaan merokok sudah hadir sejak seseorang masih muda. Tekanan dari teman-teman adalah salah satu penyebab utama. Di Kanada, 70 persen anak-anak yang merokok mengaku terpengaruh oleh teman-teman mereka yang sudah merokok lebih dulu. Anak-anak muda itu merasa mendapat "penghargaan sosial" ketika mereka merokok. "Ada perasaan diterima di komunitas saat mereka bertanya, 'boleh minta api?'," demikian ungkap sebuah penelitian oleh Teen Drug Abuse. Selain itu, ada juga tingkah laku anak muda yang senang dengan kegiatan berisiko tinggi.

Orang tua juga memiliki pengaruh pada anak-anak dalam hal merokok, khususnya orang tua perokok. Beberapa penelitian--meskipun mungkin sebetulnya sudah jelas--membuktikan bahwa anak-anak dari orang tua perokok lebih besar kemungkinannya untuk mengisap "batang tembakau" ketimbang anak-anak dari orang tua non-perokok. Orang tua non-perokok juga bisa dianggap bersalah ketika membiarkan anak-anak mereka menonton film atau video yang menampilkan orang merokok.

Media massa bisa mengaburkan pesan bahaya merokok dengan menampilkan iklan, film, atau media lain yang menunjukkan kalau merokok itu keren, bagian dari gaya, bahkan menyiratkan pesan bahwa merokok itu baik bagi

kesehatan. Belum lagi ada anggapan bahwa rokok ringan dengan embel-embel "light" atau "mild" memiliki tingkat bahaya yang rendah. Sebuah penelitian yang dilaporkan dalam jurnal *Addiction* menyebutkan kalau 1 dari 5 perokok menganggap merek tertentu lebih aman daripada merek lain. *Science Daily* menyebutkan bahwa rokok, dengan dan tanpa klaim ringan, memiliki bahaya yang sama.

Beberapa studi menghubungkan kecanduan, termasuk kecanduan nikotin, dengan genetika. Tetapi hal ini masih harus didukung oleh faktor lain, seperti lingkungan, sosial, dan kesehatan. Alasan lain bagi orang untuk merokok adalah alasan medis. Memang tidak ada dokter yang menyarankan orang untuk merokok, tetapi bagi beberapa penderita depresi, merokok adalah obat bagi mereka untuk mengurangi ketegangan. Nikotin melepaskan senyawa tertentu ke dalam sistem saraf dan menciptakan efek tenang.

Bagi kebanyakan pelajar, mulai merokok disebabkan oleh dorongan lingkungan. Contohnya, pelajar tersebut merasa tidak enak kepada teman-temannya karena dia tidak merokok. Sehingga dia pun mulai merokok dan akhirnya menikmati rokok tersebut. Kebanyakan pelajar juga beranggapan bahwa dengan merokok dirinya merasa sangat hebat, gaya, dan ditakuti. Padahal, jika dia tidak pandai-pandai menjaga dirinya, rokok adalah awal dari terjerumusnya seseorang kepada obat-obatan terlarang.

3. Perokok Aktif dan Perokok Pasif.

a. Perokok Aktif

Perokok Aktif adalah orang yang mengisap rokok secara langsung. Perokok Aktif adalah seseorang yang dengan sengaja menghisap lintingan atau gulungan tembakau yang dibungkus biasanya dengan kertas, daun, dan kulit jagung. Secara langsung mereka juga menghirup asap rokok yang mereka hembuskan dari mulut mereka. Tujuan mereka merokok pada umumnya adalah untuk menghangatkan badan mereka dari suhu yang dingin. Tapi seiring perjalanan waktu pemanfaatan rokok disalah artikan, sekarang rokok dianggap sebagai suatu sarana untuk pembuktian jati diri bahwa mereka yang merokok adalah "keren".

Pada perokok aktif, merokok dapat meningkatkan risiko terkena penyakit jantung, meningkatkan kadar kolesterol dalam darah, tekanan darah tinggi dan diabetes. Selain menurunkan risiko terkena serangan jantung, menghentikan kebiasaan merokok juga dapat mengurangi risiko terkena penyakit jantung koroner.

b. Perokok pasif

Perokok Pasif merupakan seorang penghirup asap rokok dari orang yang sedang merokok. Ini biasanya karena orang tersebut berada disekitar perokok, atau pun sebaliknya seorang perokok aktif yang berada disekitar orang-orang yang tidak merokok. Akibatnya lebih berbahaya dibandingkan perokok aktif. Bahkan bahaya yang harus ditanggung perokok pasif tiga kali lipat dari bahaya perokok aktif. dr. Widyastuti Soerojo dari Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI) mengatakan, sebanyak 25 persen zat berbahaya yang terkandung dalam

rokok masuk ke tubuh perokok, sedangkan 75 persennya beredar di udara bebas yang berisiko masuk ke tubuh orang di sekelilingnya.

Konsentrasi zat berbahaya di dalam tubuh perokok pasif lebih besar karena racun yang terhisap melalui asap rokok perokok aktif tidak terfilter. Sedangkan racun rokok dalam tubuh perokok aktif terfilter melalui ujung rokok yang dihisap. Namun konsentrasi racun perokok aktif bisa meningkat jika perokok aktif kembali menghirup asap rokok yang ia hembuskan. Racun rokok terbesar dihasilkan oleh asap yang mengepul dari ujung rokok yang sedang tak dihisap. Sebab asap yang dihasilkan berasal dari pembakaran tembakau yang tidak sempurna.

4. Bahan-Bahan Rokok yang Berbahaya Bagi Kesehatan

Setiap batang rokok mengandung lebih dari 4000 jenis bahan kimia berbahaya bagi tubuh. Empat ratus diantaranya bisa berefek racun, sedangkan 40 diantaranya bisa mengakibatkan kanker. Ini adalah sebagian dari contoh-contohnya :

- a. Nikotin
- b. Karbon monoksida (CO)
- c. Tar
- d. DDT (Dikloro Difenil Trikloroetana)
- e. Aseton
- f. Formaldehid
- g. Kadmium
- h. Arsenik
- i. Ammonia

j. Polonium-210

k. Hidrogen sianida

5. Rokok Jika Di Pandang Dari Beberapa Aspek

a. Rokok dipandang dari aspek bisnis

Banyak iklan rokok yang di tawarkan baik di media cetak atau media elektronik dengan berbagai wadah yang elegan, dan berbagai komposisi yang di berikan. Iklan rokok ini mendapat perhatian khusus dari masyarakat terutama para remaja, karena rokok merupakan hal yang sensitif. Perusahaan dan pembuat iklan mau tidak mau keluar dari kebiasaan iklan yang konservatif, dengan menggunakan strategi kreatif tertentu agar iklan rokok tetap dapat diterima di masyarakat. Iklan rokok berusaha mendekati target audience sebagai rokok yang peduli kesehatan dengan menawarkan rokok rendah tar dan rendah nikotin atau *low tar low nicotine* dengan mangsa pasar mayoritasnya adalah mahasiswa, sehingga tidak jarang pula mereka terlibat langsung dan menjadi sponsor dalam acara-acara yang diadakan oleh mahasiswa dalam dunia kampus.

Selain itu dibahas mengenai daya tarik iklan, dan gaya pesan iklan yang terlihat jelas sehingga terungkap strategi kreatif yang digunakan masing-masing iklan rokok mild. Masing-masing iklan rokok mild berusaha mempengaruhi khalayak secara emosional (psikologis). Tanda yang digunakan dalam iklan rokok mild adalah tanda palsu atau *pseudo sign* (rekayasa tanda dan makna). Kode yang dominan digunakan dalam iklan rokok mild adalah kode hermeneutik, proairetik, dan kultural.

Selain itu dalam penampilan setiap iklan rokok di media elektronik tidak pernah ditampilkan seseorang yang sedang mengonsumsi rokok tersebut, bahkan iklan rokok selalu berkaitan dengan kegiatan yang berbau olahraga. Sangat berbanding terbalik terhadap efek yang ditimbulkan oleh rokok itu sendiri. Hal ini merupakan daya tarik tersendiri dalam segi bisnis.

b. Rokok dipandang dari aspek medis.

Merokok meningkatkan risiko keseluruhan kematian sebesar 70% dibandingkan kepada bukan perokok, dan perokok meninggal 5-8 tahun lebih awal dibandingkan bukan perokok. Merokok adalah satu-satunya faktor lingkungan terpenting yang turut memberikan kontribusi terhadap kematian dini di Amerika dan Inggris. Tembakau mengandung nikotin, yang diabsorpsi melalui mukosa mulut masuk ke dalam aliran darah. Kecanduan terjadi akibat penggunaan yang terus menerus. Tembakau meningkatkan risiko kanker mulut dan menyebabkan kerusakan gusi.

Merokok secara langsung berimplikasi sebagai penyakit bronchitis kronis dan emfisema (merupakan penyakit paru obstruktif kronis). Merokok juga merupakan kontributor penting pada penyakit kanker paru terutama karsinoma skuamosa dan karsinoma sel kecil yang tidak terdiferensiasi. Juga berkaitan dengan insidensi beberapa kanker lain, khususnya kandung kemih, rongga mulut, laring, dan oesophagus. Merokok juga merupakan faktor risiko utama berkembangnya penyakit vaskuler aterosklerotik, yang dapat menyebabkan penyakit jantung iskemik dan penyakit serebrovaskuler (seperti stroke). Dan masih banyak lagi penyakit yang di timbulkan.

c. Rokok dipandang dari aspek agama.

Di atas telah di jelaskan bagaimana pandangan rokok dalam segi kesehatan. Dapat disimpulkan bahwa rokok dapat membahayakan diri kita sendiri, dapat membunuh kita secara perlahan, bahaya rokok bukan hanya untuk si perokok aktif, si perokok pasif juga terkena imbasnya bahkan lebih bahaya dari perokok aktif. Dengan adanya pernyataan ini masikah saudara mendzalimi diri anda sendiri. Allah memrintahkan kepada kita agar kita mengerjakan kebaikan yang di dalam kebaikan itu terdapat keselamatanmu juga, dan allah juga melarangmu dari segala sesuatu yang bisa mengantarkanmu kepada kesengsaraan serta buruknya akibat di dunia dan akhiratmu.

Beberapa pandangan merokok dalam islam antara lain :

Merokok merupakan sesuatu hal yang buruk

Sedangkan Robb-mu di dalam Al Quran mengatakan : "Dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk." {QS Al-A'raaf: 157}.

Merokok termasuk perbuatan mubadzir.

Sedang Rabb-mu subhanahu wataala telah berfirman : "Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaithan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Rabb-nya." {QS Al-Israa': 26-27}.

Merokok adalah perbuatan yang berlebih-lebihan / melampaui batas.

Sedangkan Alloh subhanahu wataala berfirman : "Sesungguhnya Alloh tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." {QS Al-'Araaf: 31}

Merokok sama saja bunuh diri.

Sudah dijelaskan bahwa rokok dapat membunuh kita secara perlahan. Mengapa saudara akan membunuh diri anda sendiri, jika kita sudah di beri kesempatan untuk berbuat baik kepada orang, dan kita masih di beri hidup di dunia karena Allah masih sayang kepada kita, dan kita di beri kesempatan dalam bertaubat.

Dan masih banyak lagi pandangan merokok dalam islam. Dan sudah di jelaskan dalam hal medis atau agama kalau merokok itu hanya akan mendzalimi diri kita sendiri dan orang lain.

6. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia

**PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 109 TAHUN 2012
TENTANG
PENGAMANAN BAHAN YANG MENGANDUNG ZAT ADIKTIF
BERUPA PRODUK TEMBAKAU BAGI KESEHATAN
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,**

Menimbang: bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 116 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan;

Mengingat: 1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

2. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063);

Memutuskan:

Menetapkan: PERATURAN PEMERINTAH TENTANG PENGAMANAN BAHAN YANG MENGANDUNG ZAT ADIKTIF BERUPA PRODUK TEMBAKAU BAGI KESEHATAN.

Adapun pasal yang berkaitan dengan judul penulis sebagai berikut :

Pasal 17 ayat 1,2,4 dan 5.

Pasal 17

Ayat 1.

Gambar dan tulisan peringatan kesehatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 dicantumkan pada setiap Kemasan terkecil dan Kemasan lebih besar Produk Tembakau.

Ayat 2.

Setiap Kemasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mencantumkan 1 (satu) jenis gambar dan tulisan peringatan kesehatan

Ayat 4.

Pencantuman gambar dan tulisan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. dicantumkan pada bagian atas Kemasan sisi lebar bagian depan dan belakang masing-masing seluas 40% (empat puluh persen), diawali dengan kata “Peringatan” dengan menggunakan huruf berwarna putih dengan dasar hitam, harus dicetak dengan jelas dan mencolok, baik sebagian atau seluruhnya;
- b. gambar sebagaimana dimaksud pada huruf a harus dicetak berwarna; dan
- c. jenis huruf harus menggunakan huruf arial bold dan font 10 (sepuluh) atau proporsional dengan Kemasan, tulisan warna putih di atas latar belakang hitam.

Ayat 5.

Gambar dan tulisan peringatan kesehatan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) tidak boleh tertutup oleh apapun sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yang valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Setiap peneliti mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yaitu bersifat penemuan, pembuktian dan pembangunan. (Sugiyono, 2014:3).

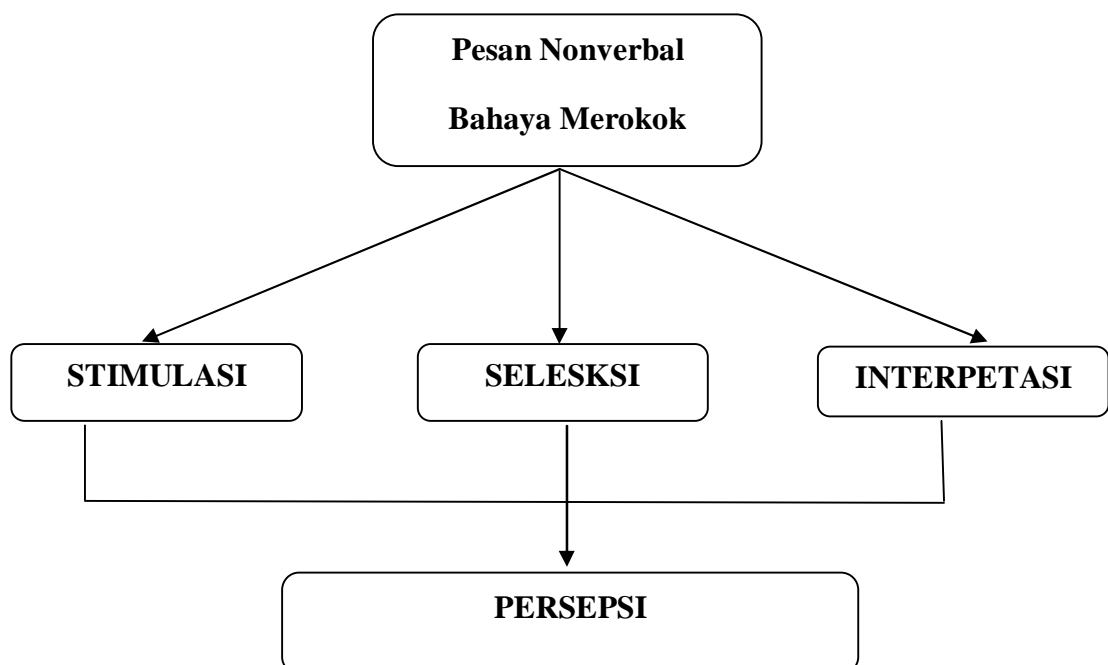
A. Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian penelitian, penulis menetapkan jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pada dasarnya adalah untuk mencapai tujuan. Dan tujuan dari penelitian adalah untuk memecahkan masalah dan menentukan valid atau tidak validnya sebuah penelitian. Pendekatan kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. (Margono, 1997:36). Metode dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan, melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain). Pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Nawawi (1995:63).

Jenis penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Penulis sudah mempunyai konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), penulis melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variable beserta indikatornya. Penelitian ini menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel. (Kriyanto, 2006:69).

B. Kerangka Konsep

Kerangka konsep menurut Notoatmodjo, 2002. Peneliti pada dasarnya adalah kerangka hubungan antar konsep-konsep yang ingin diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis membuat kerangka konsep sebagai berikut :



C. Definisi konsep

(Syaiiful Bahri,2008:30) Menguraikan pengertian konsep adalah satuan arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai cirri yang sama. Orang yang memiliki konsep mampu mengadakan abstraksiterhadap objek-objek yang dihadapi, sehingga objek-objek ditempatkan dalam golongan tertentu. Objek-objek dihadirkan dalam kesadaran orang dalam bentuk representasi mental tak berperaga. Konsep sendiri pun dapat dilambangkan dalam bentuk suatu kata. Nawawi (1992:12). mengemukakan konsep adalah istilah atau defenisi yang di gunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, kelompok atau individu yang menjadi pusat penelitian ilmu social. Jelasnya, defenisi konsep dimaksud untuk merubah konsep-konsp yang berupa konstitusi dengan kata-kata yang menggunakan perilaku gejala yang dapat diamatidan dapat ditentukan kebenarannya oleh orang lain.

Sesuai kerangka konsep penelitian diatas dapat didefenisikan proses pembentukan persepsi sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimuli atau perangsangan. Stimuli atau perangsangan dapat dilakukan dengan menggunakan indera manusia.

Setelah mendapat stimuli, pada tahap selanjutnya terjadi seleksi. Proses sleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan tentang mana pesan yang dianggap penting, dan mana pesan yang tidak penting.

Selanjutnya proses interpretasi/penafsiran. Proses interpretasi/penafsiran berlangsung ketika yang bersangkutan member tafsiran atau makna terhadap

informasi secara menyeluruh. Interpretasi/penafsiran adalah tahap terpenting dalam persepsi. Atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indera kita namun Anda tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang Anda percayai mewakili objek tersebut. (Mulyana, 2010:182)

Tahapan proses tersebut yaitu, stimuli/rangsangan, kemudian selection/seleksi dan interpretasi/penafsiran akan berakhir dengan persepsi. Menurut Mulyana, pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

D. Kategorisasi

Tabel 3.1 Kategorisasi penelitian

Konsep Teoritis	Konsep Operasional
Persepsi Perokok Aktif Terhadap Pesan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok	1. Penyebab Merokok 2. Manfaat Pesan Bahaya Merokok 3. Penyebab timbulnya pesan dalam label 4. Intensitas Merokok 5. Kelemahan Pesan Bahaya Merokok 6. Kebenaran Pesan Bahaya Merokok

E. Informan/Narsumber

Menurut Moelong (2000:90), “informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian secara faktual”. Dalam menentukan informan, yang pertama dilakukan adalah menabarkan ciri-ciri atau karakteristik dari populasi objek, yang dipilih adalah informan yang mengetahui dengan jelas dan sesuai dengan tujuan dari permasalahan. Adapun yang dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 5 Komunikasi Penyiaran Islam UIN-SU yang berjumlah 7 orang .

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data (Kriyanto, 2006:95). Untuk kelancaran data dalam pelaksanaan, maka penulis sangat memerlukan data yang relevan dan valid.

1. Wawancara menurut Moelong (2009,:186), wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian ini saya menggunakan teknik ini dalam pengumpulan data secara intensif dan peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan peneliti akan mencatatnya. (Sugiyono, 2014:233)

2. Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana penulis melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dan menseleksi calon responden.
3. Teknik Dokumentasi, menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dengan menggunakan pengolahan data kualitatif.

Moelong, (2001) mengatakan bahwa teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif, yaitu dengan menyajikan data yang dimulai dengan menelaah data yang tersedia dari berbagai sumber data yang terkumpul mempelajari data, menelaah, menyusunnya dalam satuan-satuan yang kemudian dikategorikan pada tahap berikutnya dan memeriksa keabsahan atau serta menafsirkannya dengan analisis sesuai dengan kemampuan daya nalar penulis untuk membuat kesimpulan penelitian. Penggunaan metode tersebut dengan pertimbangan bahwa penelitian ini berusaha untuk menggambarkan bagaimana persepsi Mahasiswa menanggapi pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok.

Sebelum dianalisa data-data penulis peroleh dalam penelitian terlebih dahulu diklasifikasikan sesuai dengan jenisnya sehingga didapatkan data yang benar-benar lengkap sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian, kemudian data tersebut ditabulasikan sehingga akan memudahkan di dalam mengolah dan menganalisisnya.

H. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) Kampus II Jalan Wiliem Iskandar Pasar V Kecamatan Medan Estate. Penelitian dilakukan sejak September 2017 hingga 14 Oktober 2017.

I. Deskripsi Lokasi Penelitian

UIN-SU (Universitas Islam Negeri-Sumatera Utara) adalah salah satu dari tiga Universitas Negeri di Sumatera Utara. Dahulu UIN bernama IAIN-SU (Institut Agama Islam Negeri-Sumatera Utara). Berdirinya IAIN Sumatera Utara pada tahun 1973 merupakan perkembangan natural dari kemajuan pendidikan di Sumatera Utara, Dari perspektif sejarah, keberadaan Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara dilatari oleh dua faktor. Pertama, bahwa perguruan tinggi Islam yang berstatus negeri saat itu belum ada di Provinsi Sumatera Utara. Kedua, pertumbuhan madrasah, pesantren, dan lembaga pendidikan yang sederajat dengan SLTA berkembang pesat di daerah ini, yang pada gilirannya memerlukan adanya lembaga pendidikan yang lebih tinggi.

Awalnya di Fakultas Tarbiyah dibukalah jurusan tadaris IPA, Biologi, Fisika, Bahasa Inggris, dan Matematika. Dalam perkembangan selanjutnya, di Fakultas Syari'ah di buka pula jurusan Ekonomi Islam dengan sejumlah program studinya. Di Fakultas Dakwah dibuka jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Manajemen Dakwah dan bimbingan Penyuluhan. Kemudian di Fakultas Ushuluddin dibuka pula jurusan Politik Islam.

Sebagai upaya untuk pengembangan, pimpinan dan segenap sivitas akademika telah bertekad untuk mengalih statuskan IAIN Sumatera Utara menjadi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). Berbagai upaya telah dilakukan untuk memuluskan rencana tersebut. Perkembangan terakhir, proposal alih status tersebut telah mendapat persetujuan dari Kementerian Agama RI, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, dan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. Saat ini, usulan alih status tersebut sedang diproses di Sekretariat Negara untuk mendapatkan Keputusan Presiden Republik Indonesia. Dengan upaya-upaya yang telah dilakukan dan atas berkat doa semua civitas akademika, alih status IAIN SU menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara telah disetujui dengan Perpres No. 131/2014 tanggal 16 Oktober 2014 oleh Presiden Soesilo Bambang Yudhoyono (SBY).

Dalam penelitian ini penulis menentukan Kampus II UIN SU sebagai lokasi penelitian, tepatnya di gedung Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dikampus I Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU Jalan Wiliem Iskandar Pasar V Kecamatan Medan Estate. Sebelum melakukan penelitian, penulis melakukan konfirmasi izin riset terlebih dahulu kepada Biro Bagian Umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tanggal 02 Oktober 2017. Setelah melakukan konfirmasi perizinan riset pada pihak yang bersangkutan, maka perizinan riset akhirnya diberikan pada penulis sejak tanggal 10 Oktober 2017. Selanjut nya penulis melakukan riset dengan wawancara tepat 1 hari setelah izin riset dikeluarkan pihak Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU.

Dalam melakukan penelitian, proses wawancara dilakukan selama 3 hari, dimulai tanggal 11 Oktober sampai 14 Oktober 2017. Sebelum proses wawancara berlangsung, penulis mendapatkan narasumber/informan sesuai dengan kriteria penelitian. Adapun data narasumber/inform dapat dilihat dari table data berikut:

Sebuah proses pada individu yang dapat mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensorik melalui penguasaan panca indera sehingga dapat mempengaruhi beberapa factor dalam proses berfikir dan belajar, hal ini juga disebut sebagai konsep persepsi. Tidak dapat dipungkiri bahwasannya persepsi mampu mempengaruhi suatu objek. Misal nya pada penelitian ini, objek nya adalah kemasan rokok yang berlabel peringatan bahaya merokok.

Tabel 4.1 Indetitas Narasumber

NO.	NAMA	NPM	JUMLAH KONSUMSI ROKOK PER HARI	LAMA MEROKOK	USIA
1.	Ikromal	11155758	1 bungkus	4 tahun	21 tahun
2.	M.Zacky Yuddin	11124062	1 bungkus	5 tahun	22 tahun
3.	Hisyam Ali	11154040	1,5 bungkus	4 tahun	21 tahun
4.	A. Fawwaz	11154052	1 bungkus	3 tahun	22 tahun
5.	M.Harun	11154047	1 bungkus	3 tahun	21 tahun
6	Nahwan Sultoni	11152053	1 bungkus	4 tahun	21 tahun
7	Wanda Hermawan	11127512	1 bugkus	5 tahun	22 tahun
Jumlah					7 orang

Dalam kehidupan sehari-hari rokok hampir bisa dikatakan sebagai kebutuhan pokok bagi masyarakat Indonesia. Walaupun tidak semua masyarakat Indonesia mengkonsumsi rokok namun, tidak bisa dipungkiri Indonesia adalah salah satu Negara dengan konsumsi rokok terbesar di dunia. Dampak negatif dari rokok sendiri pun sangat banyak bukan bagi perokok saja, tapi bagi orang berada disekitar perokok itu sendiri. Oleh dari sebab itu di keluarkan nya peranturan pemerintah mengenai pemasangan label bahaya merokok di setiap kemasan rokok di segala merk.

1. Informan I

a. Apa faktor yang mempengaruhi anda merokok ?

Faktor yang mempengaruhi saya untuk merokok itu awal nya ikut-ikutan, karena disekeliling dan lingkungan teman-teman juga pada merokok. Dulu sebenarnya sempat batuk-batuk dan susah juga untuk merokok, lama kelamaan jadi terbiasa dan kecanduan, malah ternyata untuk berhenti merokok lebih sulit dari belajar merokok”.

b. Apakah manfaat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok ?

Manfaat dari pesan dan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan tersebut adalah untuk menyadarkan dan mengingatkan agar masyarakat khusus nya perokok aktif tahu dan menyadari bahayanya mengkonsumsi rokok oleh karena itu lah pesan tersebut sebenarnya sangat bermanfaat bagi masyarakat, namun individu nya sendiri yang kurang kesadaran apa arti kesehatan.

c. Menurut anda apa penyebab di tampilkan nya pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok ?

Menurut saya penyebabnya adalah dikarenakan agar perokok tau bahaya tentang bahayanya isi dalam kandungan rokok karena sudah ada korban seperti penyakit jantung. Menurut saya kebijakan pemerintah mengeluarkan peraturan untuk pemasangan label peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok sudah tepat, namun kurang nya kesadaran dari masyarakat tentang pentingnya kesehatan membuat mereka tetap merokok walau mereka sudah mengetahui dan menyadari pesan yang tertera di setiap kemasan rokok itu adalah benar.

- d. Setelah melihat pesan bahaya merokok, bagaimana intensitas merokok anda ?

Pesan tersebut sedikit banyak mempengaruhi saya untuk mengurangi jumlah konsumsi rokok nya perhari. Informan ini mengatakan dahulu nya bisa mengkonsumsi rokok hinggadua bungkus, namun setelah menelaah pesan dan peringatan bahaya merokok tersebut bisa mempengaruhi saya untuk mengurangi jumlah konsumsi rokok saya yang sekarang hanya satu bungkus.

- e. Menurut anda apa kelemahan/kekurangan pesan bahaya merokok, sehingga masih banyak orang yang mengkonsumsi rokok ?

Menurut saya tidak ada kelemahan, hanya saja individu nya saja yang tidak takut atau kurang menyadari akan bahaya merokok tersebut. Saya sendiri saja bisa mengurangi jumlah konsumsi rokok nya perhari karena sedikit banyak sadar setelah melihat pesan tersebut.

- f. Bagaimana menurut anda dengan kebenaran pesan bahaya merokok ?

Informan pertama dalam penelitian ini juga membenarkan bahwa pesan dan peringatan bahaya merokok tersebut adalah suatu kebenaran karena pernah melihat orang terkena kanker tenggorakan yang diakibatkan oleh rokok tersebut. Meskipun kebanyakan yang terlihat adalah orang yang sudah berumur diatas 35 tahun, tapi itu menunjukkan bahwa dampak dari bahaya rokok tersebut memang srius dan jika sudah mengalami penyakit maka semakin sulit untuk disembuhkan.

- g. Menurut anda apa yang harus dilakukan pemerintah untuk mengurangi orang merokok?

Menurut saya seharusnya *no smocking area* di perbanyak di tempat umum karena asap rokok sebenarnya lebih berbahaya bagi perokok pasif atau orang yang menghirup asap rokok yang di hembuskan dari mulut perokok aktif, dan bisa saja dengan diperbanyak nya *no smocking area* maka perokok aktif akan merasa terganggu dan sedikit demi sedikit bisa mengurangi pecandu rokok. seharusnya penjualan rokok di Indonesia di kurangi atau di batasi agar tidak sebebas seperti saat sekarang ini, contoh nya setiap orang dewasa yang ingin merokok hanya bisa membeli rokok paling banyak hanya 1 bungkus, mungkin dengan cara seperti bisa mengurangi perokok aktif di Indonesia.

Dari kesimpulan dan penjabaran persepsi informan pertama bisa disimpulkan bahwasannya pesan bahaya merokok itu memang sudah tepat di keluarkan melalui peraturan pemerintah, namun belum maksimal dan seharusnya bisa di tambah dengan cara-cara dan inovasi yang baru, kalau memang ingin mengurangi jumlah perokok atau bahkan menghilangkan sifat buruk masyarakat Indonesia yang banyak mengkonsumsi rokok.

2. Informan II

Setelah melakukan wawancara dengan narasumber/informan pertama dan menemukan satu persepsi awal tentang pesan dan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok. Penulis kembali melanjutkan wawancara dengan informan kedua. M. Zakky Yudin merupakan perokok aktif yang sudah mulai merokok saat usia enam belas tahun.

a. Apa faktor yang mempengaruhi anda merokok ?

Pertama kali merokok awal nya tawaran dari teman, dan lama-kelamaan akhirnya jadi ketergantungan karena rokok membuat saya lebih santai dan menghilangkan suntuk.

- b. Apakah manfaat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok ?

sebenarnya itu kembali ke individu nya masing-masing. Kalo menurut saya sih manfaat nya belum ada karena penjualan rokok masih relatif tinggi.

- c. Menurut anda apa penyebab dimunculkan nya pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok ?

Menurut saya penyebab di munculkan nya pesan bahaya merokok pada kemasan rokok karena jumlah perokok makin bertambah dan merokok sudah dinikmati semua orang, baik itu orang tua, remaja bahkan anak-anak.

- d. Setelah melihat pesan bahaya merokok, bagaimana intensitas merokok anda ?

Masih seperti yang dulu, belum ada pengurangan merokok, kadang-kadang saya memang mengurangi konsumsi saat saya sakit, namun setelah sehat saya masih kembali merokok.

- e. Menurut anda apa kelemahan/kekurangan pesan bahaya merokok, sehingga masih banyak orang yang mengkonsumsi rokok ?

Kelemahan dari nya menurut saya masih banyak alternatif untuk menutup pesan dan gambar seram di kemasan rokok tersebut, contoh nya seperti kotak rokok yang terbuat dari besi atau plastik, jadi perokok membeli rokok namun rokok nya dipindah kan ke tempat lain.

- f. Bagaimana menurut anda dengan kebenaran pesan bahaya merokok ?

Menurut saya benar karena tetangga saya mulai berhenti merokok karena sudah didiagnosa penyakit kanker paru-paru dan diakibatkan pengendapan zat kimia yang menahun pada paru-paru nya.

- g. Menurut anda apa yang harus dilakukan pemerintah untuk mengurangi orang merokok ?

Menurut saya seharusnya di buat harga rokok menjadi mahal, atau mungkin bisa di buat menjadi legal, kenapa saya bilang seperti itu, karena rokok mengandung nikotin yang membuat orang kecanduan dan ketergantungan.

3. Informan III

- a. Apa faktor yang mempengaruhi anda merokok ?

Dari pergaulan dan agar lebih percaya diri, karena setiap remaja di daerah saya merokok.

- b. Apakah manfaat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok ?

Manfaat pesan tersebut menurut saya tidak ada karena rokok juga tetap di jual di pasaran dengan bebas, bahkan tidak sedikit anak-anak yang saya lihat sudah pandai merokok. Itu artinya pengawasn penjualan rokok masih sedikit bahkan bisa di bilang tidak ada.

- c. Menurut anda apa penyebab dimunculkan nya pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok ?

menurut saya itu hanya himbauan dan agar produksi rokok tetap berjalan tanpa harus menutup pabrik rokok, atau dengan kata lain sebagai syarat rokok bisa di pasarkan. Jadi penikmat rokok tidak akan bisa menyalahkan pembuat rokok karena setiap pabrik rokok masing-masing sudah membuat peringatan

dan dampak jika kita merokok. Dengan kata lain ya salah sendiri, kenapa masih merokok kan sudah di jelaskan bahayanya.

- d. Setelah melihat pesan bahaya merokok, bagaimana intensitas merokok anda ?

Kalo intensitas saya merokok sih awal melihat pesan tersebut saya berpir takut juga dan mulai mengurangi konsumsi rokok saya perhari, namun lama-kelamaan karena sudah terlalu sering melihat nya saya merasa biasa saja.

- e. Menurut anda apa kelemahan/kekurangan pesan bahaya merokok, sehingga masih banyak orang yang mengkonsumsi rokok ?

Jadi kesimpulannya sebenarnya kelemahan nya adalah pesan bahaya merokok itu terlalu sering di lihat, kalau mungkin ada cara lain yang lebih baru atau setiap bulan nya berubah mungkin saya yakin perokok mulai berkurang.

- f. Bagaimana menurut anda dengan kebenaran pesan bahaya merokok ?

Kalo kebenaran dari pesan bahaya merokok itu saya percaya, karena secara nalar kita asap itu adalah karbon dioksida yang jelas-jelas beracun dan pasti menyebabkan berbagai penyakit jika kita menghirup dan dengan sengaja memasukkan nya kedalam paru-paru kita

- g. Menurut anda apa yang harus dilakukan pemerintah untuk mengurangi orang merokok ?

Menurut saya usaha yang harus dilakukan bukan hanya dari pemerintah saja, namun juga pada semua masyarakat. Jadi semua yang berkaitan dengan rokok jangan pernah terlihat oleh anak-anak. Karena masyarakat yang sudah terlanjur merokok sulit untuk berhenti, tapi yang belum pernah merokoklah yang diberi pemahaman tentang bahaya nya merokok.

4. Informan IV

a. Apa faktor yang mempengaruhi anda merokok ?

Penasaran dan ingin tahu bagaimana rasanya merokok. Awalnya memang sekedar coba-coba, tetapi kemudian menjadi pecandu membuat seseorang awalnya hanya ingin tahu akhirnya menjadi pecandu.

b. Apakah manfaat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok ?

Menurut saya manfaat ditampilkan nya pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok tersebut agar membuat orang takut dan akan berhenti merokok.

c. Menurut anda apa penyebab dimunculkan nya pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok ?

Karena peraturan Negara yang mengatur setiap produk tembakau ataupun apa saja yang berpengaruh buruk harus mencantumkan dampak negative di setiap label kemasan.

d. Setelah melihat pesan bahaya merokok, bagaiman intensitas merokok anda ?

Kalau intensitas saya merokok setelah melihat pesan tersebut tidak ada pengurangan dan juga tidak ada peningkatan, menurut saya mungkin karena saya telah lama mengkonsumsi nya dan sudah candu.

e. Menurut anda apa kelemahan/kekurangan pesan bahaya merokok, sehingga masih banyak orang yang mengkonsumsi rokok ?

Menurut saya tidak ada kelemahan, hanya memang orang-orang susah menghilangkan kebiasaan merokok. Mungkin bagi yang belum pernah merokok akan terpengaruh untuk tidak merokok.

- f. Bagaimana menurut anda dengan kebenaran pesan bahaya merokok ?

Pesannya benar karena, merokok itu bahaya bagi pengguna dan orang-orang di sekitar.

- g. Menurut anda apa yang harus dilakukan pemerintah untuk mengurangi orang merokok ?

Buat harga rokok mahal atau tutup pabriknya, kalau masalah lading tembakau nya bisa dialih fungsi kan ketempat lain atau di jual ke luar negeri agar tidak merugikan petani tembakau.

5. Informan V M.Harun

- a. Apa faktor yang mempengaruhi anda merokok ?

Penyebab saya merokok sendiri itu sebenarnya berawal dari kumpul dengan teman dan mencoba untuk mencicipi, setelah di coba gak berapa lama saya terbiasa dan saya rasa merokok dapat menghilangkan suntuk dan ngantuk.

- b. Apakah manfaat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok ?

Agar semua perokok mulai berhenti untuk merokok, karena merokok sangatlah bahaya untuk tubuh, dan kehamilan bagi perempuan, tetapi pesan dan manfaat itu juga belum terlihat karena sudah tercandunya orang orang malah bertambah banyak pula yang mulai merokok.

- c. Menurut anda apa penyebab dimunculkan nya pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok ?

Dikarenakan memang sudah dilakukan penelitian oleh para dokter ahli bahaya nya merokok dan paling bahaya lagi seorang perokok pasif atau terkena asap rokok.

- d. Setelah melihat pesan bahaya merokok, bagaimana intensitas merokok anda ?

Menurut saya biasa saja, karena gambar yang tampak pada rokok sudah biasa biasa dilihat jadi tampak terasa biasa saja.

- e. Menurut anda apa kelemahan/kekurangan pesan bahaya merokok, sehingga masih banyak orang yang mengkonsumsi rokok ?

Menurut saya gambar tidak flil pada kemasan rokok sehingga hal tersebut bisa ditutup dengan cara membalikan kemasan tersebut, dan sebenarnya tidak efektif membuat pesan dalam kemasan, karena kebanyakan kemasan rokok di simpan dalam kantong dan bukan di liat2 sehingga tidak memberikan dampak apa2 untuk perokok.

- f. Bagaimana menurut anda dengan kebenaran pesan bahaya merokok ?

Benar karena tidak mungkin mereka memberikan hal tersebut kalau belum diteliti.

- g. Menurut anda apa yang harus dilakukan pemerintah untuk mengurangi orang merokok ?

Cukup membuat poster yang membuat psikologi masyarakat perokok ciut, seperti halnya dengan tempat2 yang rawan kecelakaan, selalu dibuat poster yang mengerikan, seharusnya pemerintah seperti itu bukan malah menaikkan harga tembakau maupun melarang orang untuk merokok dan bisa juga dibuat ruang2 publik dimana khususnya orang untuk merokok, juga seharusnya di buat tempat2 yang dilarang merokok tetapi merokok juga dikenakan denda yang berat.

6. Informan VI

- a. Apa faktor yang mempengaruhi anda merokok ?

Penyebab saya merokok itu awal nya karena abang saya merokok. Akhirnya saya penasaran dan mulai mencoba. Sampai akhirnya bertemu dengan pergaulan yang hamper setiap individunya juga merokok. Akhirnya berlanjutlah sampai sekarang.

- b. Apakah manfaat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok ?

Manfaat nya pasti untuk memberikan rasa kesadaran akan bahaya merokok kepada para perokok, dan disisi lain untuk memberikan peringatan kepada orang-orang yang merokok agar bisa berhenti mengkonsumsi rokok.

- c. Menurut anda apa penyebab dimunculkan nya pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok ?

Karena sudah ada fakta yang menjadi bukti bahwa merokok memang bisa merusak tubuh terutama paru-paru dan tenggorokan. Maka dibuatlah pesan agar orang-orang yang merokok timbul rasa takut pada dirinya untuk mengkonsumsi rokok.

- d. Setelah melihat pesan bahaya merokok, bagaiman intensitas merkok anda ?

Yang saya rasakan pribadi, melihat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok membuat saya merasakan takut, namun entah kenapa rasa takut itu hanya datang beberapa saat. Sehingga ketika rasa takut hilang saya kembali berani mengkonsumsi rokok. Jadi intensitas merokok saya tetap, tidak terpengaruh untuk mengurangi konsumsi rokok dan tidak juga meningkat.

- e. Menurut anda apa kelemahan/kekurangan pesan bahaya merokok, seingga masih banyak orang yang mengkonsumsi rokok ?

Menurut saya kelemahan itu relatif, bagi orang-orang yang bisa mengurangi konsumsi rokoknya karena melihat pesan tersebut, berarti pesan tersebut memiliki kekuatan untuk menghentikannya merokok. Namun bagi orang-orang yang tidak berhenti walau sudah melihat pesan tersebut, berarti bagi mereka pesan tersebut tidak mempengaruhi mereka.

- f. Bagaimana menurut anda dengan kebenaran pesan bahaya merokok ?

Menurut saya, kebenarannya sudah menjadi fakta, bukan hanya sekedar opini pemerintah untuk menghentikan orang-orang perokok. Kebenaran pesan bahaya merokok itu jelas, karena kebenarannya itu muncul dari orang-orang yang sudah menjadi korban bahaya merokok. Jadi kebenarannya sudah jelas dan tidak ada lagi keraguan pada kebenaran pesan tersebut.

- g. Menurut anda apa yang harus dilakukan pemerintah untuk mengurangi orang merokok ?

Menaikkan harga rokok adalah salah satu alternatif yang cukup mempengaruhi saya rasa. Sama iklan rokok di televisi seharusnya jangan di buat yang menarik orang untuk merokok.

1. Informan VII

- a. Apa faktor yang mempengaruhi anda merokok ?

Yang mempengaruhi saya untuk merokok pertama kali adalah ikut-ikutan karena penasaran melihat teman sering merokok, jadi coba-coba dan akhirnya ketagihan.

- b. Apakah manfaat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok ?

Menurut saya manfaatsebenarnya itu kembali ke individu nya masing-masing. Kalo menurut saya sih manfaat nya belum ada karena penjualan rokok masih relatif tinggi.

- c. Menurut anda apa penyebab dimunculkan nya pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok ?

Kalo menurut saya, bagi industri produsen rokok di munculkan nya itu agar bea cukai tidak dinaikkan, sementara kalo dari pemerintah sendiri juga agar tidak di salahkan pihak mana pun karena telah memberikan izin penjualan kepada produsen rokok asalkan di cantumkan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok.

- d. Setelah melihat pesan bahaya merokok, bagaimana intensitas merokok anda ?

Tidak menurun dan tidak meningkat, karena menurut saya biasa-biasa saja dan sudah terlalu sering melihat nya.

- e. Menurut anda apa kelemahan/kekurangan pesan bahaya merokok, sehingga masih banyak orang yang mengkonsumsi rokok ?

kelemahan dan kekurangan nya tidak ada, hanya saja pesan bahaya merokok yg tujuan nya memperingatkan orang tentang bahaya merokok berbanding terbalik dengan iklan rokok di televisi yang dimana menurut saya, kreatif, anak muda, sporty dan lebih menarik untuk dilihat. Justru seperti mengajak orang untuk merokok.

- f. Bagaimana menurut anda dengan kebenaran pesan bahaya merokok ?

Iya memang benar, tapi kan tidak semua orang merokok seperti itu, masih bisa di atasin dengan berbagai macam cara, contohnya olah raga makanan sehat dan banyak minum susu.

- g. Menurut anda apa yang harus dilakukan pemerintah untuk mengurangi orang merokok ?

Pesan bahaya merokok jangan hanya di tampilkan di kemasan rokok, tapi juga di iklan televisi. Seperti video orang yang menderita karena rokok. Bukan malah di buat iklan yang bagus-bagus dan membuat orang berfikir kalo rokok itu keren.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan cara pengamatan dan wawancara bersama tujuh narasumber/informan yang sudah menjadi perokok aktif rata-rata lebih dari 3 tahun maka penulis akan memberikan pembahasan pada berikut ini.

Pesan bahaya merokok seharusnya bisa dikatakan bentuk pesan persuasif yang bersifat bujukan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang di sampaikan akan memberi atau membuat sikap berubah. Namun karena banyak aspek yang lebih kuat dari pada pesan bahaya merokok hanya membuat pesan ini hanya berbentuk pesan informatif yang bersifat memberikan keterangan fakta dan data seperti pemberitahuan saja. Pesan bahaya merokok pada kemasan rokok adalah suatu unsur komunikasi yang dimana komunikator nya adalah pemerintah, pesan nya adalah peringatan bahaya

merokok, alat atau media nya adalah kemasan rokok, komunikan nya adalah perokok aktif atau konsumen rokok, dan efek nya adalah intensitas konsumen rokok. Namun dalam penelitian ini ada di temukan gangguan (*noise*). Gangguan (*noise*) dalam komunikasi adalah segala sesuatu yang dapat membuat pesan menyimpang, atau segala sesuatu yang mengganggu dapat di terimanya pesan. Gangguan (*noise*) bisa bersifat fisik, psikis (kejiwaan), atau semantic (salah paham). Dalam penelitian kali ini penulis menemukan bahwa yang menjadi gangguan tidak tersampainya efek pesan bahaya merokok kepada komunikator salah satu sebab nya adalah karena, pesan bahaya merokok pada kemasan rokok kalah dengan iklan yang kreatif dan mengarah ke olah raga yang ditampilkan di televisi justru membuat perokok aktif atau komunikan tertarik untuk merokok.

Pada dasar nya penelitian ini dilakukan karena penulis merasa kenapa masih banyak masyarakat yang merokok meskipun sudah banyak larangan-larangan untuk merokok dan juga di setiap kemasan rokok telah di beri label berupa pesan dan peringatan bahaya merokok. pesan dan peringatan bahaya merokok yang tertera di setiap kemasan rokok dapat menghasilkan persepsi tentang pesan dan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan. Dengan melakukan penelitian dari berbagai aspek ilmu komunikasi maka penulis membahas persepsi perokok aktif, kenapa masih tetap saja merokok, penulis meneliti apa kekurangan dan kelemahan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok.

Data dari hasil wawancara yang telah diperoleh peneliti dari informan tersebut menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Jurusan Komunkasi Penyiaran

Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dalam menanggapi dan menelaah pesan dan peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok masih biasa-biasa saja. Pesan dan peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok berbanding terbalik dengan apa yang di tampilkan di televisi. informan (Mahasiswa perokok pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri) mengaku intensitas untuk merokok tidak ada penurunan walaupun mengetahui pesan tersebut dan sebenarnya menyadari kebenaran dari pesan yang tertera di setiap kemasan rokok.

Dari penjabaran persepsi informan bisa disimpulkan bahwasannya pesan bahaya merokok itu belum bisa di katakan upaya untuk menurunkan jumlah konsumsi rokok, seharusnya jika komitmen pemerintah ingin menurunkan jumlah perokok aktif bisa di tambah dengan cara-cara dan inovasi yang baru, kalau memang ingin mengurangi jumlah perokok atau bahkan menghilangkan sifat buruk masyarakat Indonesia yang banyak mengkonsumsi rokok.

Pesan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok tidak bisa seperti yang diharapkan pemerintah sesuai dengan Peraturan Pemerintah yang di keluarkan karena perokok aktif masih bisa membuat alternatif untuk menutupi label peringatan bahaya merokok dengan cara memasukkan rokok kedalam kemasan yang terbuat dari besi dan plastik, bahkan dengan motif yang unik.

Pesan bahaya merokok belum bisa seperti yang diharapkan karena masih kurang nya kesadaran masyarakat akan kesehatan. Meski sudah banyak yang mengetahui dan melihat langsung beberapa orang yang sudah terkena efek merokok bertahun, namun masih belum bisa mengurangi perokok aktif di

Indonesia. Beberapa informan mengungkapkan jika ingin bebas asap rokok seharusnya harga rokok bisa di naikkan agar masyarakat dengan sendirinya akan mengurangi konsumsi rokok, karena dengan harga yang mahal masyarakat akan merasa rugi jika menghabiskan uang hanya untuk membeli rokok.

Persepsi mahasiswa perokok pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN-SU mengenai pesan dan peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok. Persepsi merupakan gagasan atau pendapat yang timbul karena suatu rangsangan yang didapat melalui pengalaman atau pengetahuan yang telah diperoleh sebelumnya. Pesan dan peringatan bahaya merokok yang telah dibuat oleh pemerintah tersebut meliputi peringatan merokok menyebabkan kanker paru-paru kronis, merokok menyebabkan kanker mulut, merokok menyebabkan kanker tenggorokan, merokok membunuhmu yang terdapat gambar tengkorak. Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN-SU menanggapi Peraturan Pemerintah mengenai pesan dan peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok tersebut tergolong baik, namun menurut mereka hal tersebut masih belum bisa dilihat keefektifannya. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara masih tetap merokok, dan faktanya rokok masih sangat laku di kalangan masyarakat umum juga. Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam mengaku memiliki perasaan yang takut saat melihat pesan dan peringatan bahaya merokok yang menyeramkan tersebut.

Dari wawancara diatas faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk merokok adalah kebanyakan dari lingkungan sekitar, hampir semua informan dalam penelitian ini pada awalnya hanya ikut-ikutan untuk merokok dan akhirnya

jadi kecanduan. Bisa kita simpulkan bahwa peranan orang tua sangat lah penting untuk pengawas anak sejak dini agar tidak mudah terpengaruh dalam kebiasaan yang buruk. Seharusnya sejak dini harus ditanamkan persepsi tentang bahaya merokok kepada anak-anak, semakin sering mereka di berikan rasa takut , lama-kelaman timbullah rasa benci terhadap rokok dan mungkin saja jika itu diterapkan kepada setiap anak, maka besar kemungkinan beberapa tahun yang akan datang perokok akan berkurang di Indonesia.

Pesan dan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok juga bertujuan untuk menyadar kan para perokok aktif agar dapt mengurangi konsumsi rokok, masyarakat perokok juga sebenarnya sudah menyadari untuk apa pesan tersebut di cantumkan di setiap kemasan rokok, namun yang diawal nya mereka takut namun lama-kelamaan timbul rasa biasa saja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya serta hasil analisis data, maka penulis dapat membuat kesimpulan

1. bahwa persepsi Masyarakat terhadap pesan bahaya merokok pada kemasan rokok secara umum adalah positif. Namun masih kurang nya kesadaran tentang pentingnya kesehatan membuat perokok aktif tidak berkurang.
2. Salah satu penyebabnya asumsi atau pengharapan. Manusia mempersepsikan sesuatu atau seseorang sesuai dengan pengharapan. Dan hal tersebut bisa dikatakan kekeliruan dan kegagalan dalam persepsi. Bentuk kekeliruan dan kegagalan dari Informan yang ada dalam penelitian dikarenakan teralu sering dan sudah biasa saja melihat pesan dalam kemasan tersebut sehingga menimbulkan persepsi yang biasa-biasa saja dari masyarakat.
3. Faktor utama yang mempengaruhi seseorang untuk merokok adalah lingkungan dan rasa penasaran terhadap bagaimana rasa nya merokok. justru persepsi orang lebih tertarik dengan melihat orang merokok daripada melihat pesan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok.
4. Masyarakat mengetahui dan sadar dengan maksud pemerintah untuk menampilkan pesan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok. Namun tetap saja perokok aktif tidak bisa berhenti karena penafsiran mereka suatu saat juga pasti bisa berhenti, namun tidak sekarang nanti saat sudah sakit

5. Intensitas merokok masyarakat tetap, tidak menurun dan tidak meningkat karena sudah terlalu biasa melihat pesan bahaya merokok, bahkan tanpa ditampilkan pesan bahaya merokok pun jika ingin berhenti merokok pasti berhenti. Karena itu kembali ke individu masing-masing dan tidak bisa di paksakan.
6. Pesan bahaya merokok berbanding terbalik dengan iklan yang ditampilkan di televisi. Pesan bahaya merokok di setiap kemasan memang menakutkan, namun iklan di televisi lebih menarik persepsi masyarakat untuk merokok.

A. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode wawancara bersama tujuh informan yang telah dilakukan, penulis sudah mendapatkan kesimpulan yang merupakan representasi dari keseluruhan pembahasan. Untuk itu penulis memberikan saran-saran dan masukan:

1. Kepada mahasiswa yang ingin meneliti tentang rokok kedepan sebaiknya yang di jadikan informan adalah yang belum pernah merokok. jadi bisa diketahui apakah sebenarnya pesan bahaya merokok tersebut berhasil mempengaruhi masyarakat untuk tidak merokok.
2. Seharusnya pemerintah bisa memaksa iklan rokok di televisi tidak di tayangkan, karena melihat iklan rokok di televisi membuat persepsi masyarakat tertarik untuk merokok.

3. Di harapkan kepada masyarakat agar lebih bisa mengawasi anak agar jauh dari rokok dan menanamkan persepsi yang buruk tentang rokok.
4. Seharus nya bisa di buat peraturan tentang merokok diatas umur 17 tahun keatas , agar bisa menghambat penambahan jumlah perokok di Indonesia.
5. Usaha mengurangi konsumsi rokok tidak bisa di tujukan kepada pemerintah saja, tapi harus datang dari individu nya sendiri, walau demikian seharusnya inovasi dan hal-hal baru harus di buat untuk mengurangi jumlah perokok aktif di Indonesia. Banyak hal baru yang bisa di buat seperti penaikan harga, memperbanyak no smocking area pengawasan kepada penjual agar tidak sembarangan menjual kepada siapa saja. Bahkan bisa saja penjual harus melihat KTP pembeli sebelum menjual nya.

Daftar Pustaka

- Arni, Muhammad. 2009. *Komunuikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajagrafindo Pers.
- Cangara. Hafid. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Cetakan IV, Raja
Grafindo Persada.
- Effendy, Uchajana Onong, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung PT.
Remaja Rosdakarya,
- Effendy, Uchajana Onong. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung : PT. Mandar Maju
- Margono, S. 1997. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta : Rineka Cipta
- Matsumono, David. 2004. *Pengantar Psikologi Lintas Budaya*. Yogyakarta: Pustaka
Pelajar
- Moleong, Lexy, J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja
Rosdakarya
- Moleong, Lexy,J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja
Rosdakarya, Cetakan ke-26
- Mufid, Muhammad. 2010. *Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Kencana
Prendana Media Group,
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Rosadakarya
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja
Rosdakarya

Nawawi, Hadari. 1991. *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta:Gajah Mada University Press.

Notoatmodjo, S. 2002. *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta

Pratikno. 1987. *Globalisasi Komunikasi*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.

Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Sastropetro, Santoso. 1982. *Komunikasi Internasional*. Bandung : Sarana Interaksi, Antar Bangsa, Alumni

Slameto. 2010. *Belajar Dan Factor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta

Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Syaiful Bahri, Djamarah. 2008. *Psikologi Belajar*, Jakarta: Rineka Cipta

Widjaja, H.A.W. 1987. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : Rineka Cipta

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Pt.Grasindo

Sumber Lain

<http://linda-noviana.blogspot.co.id/2012/02/rokok-jika-di-pandang-dari-beberapa.html>

TRIBUN NEWS.COM

Sumber: Diolah dari indonesia-investments.com www.solopos.com

www.detikhealth.com

Daftar Riwayat Hidup

Data Pribadi

Nama : Hanafi
NPM : 1203110167
Tempat/Tanggal Lahir : Paya Geli/24 Agustus 1993
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Sei Mencirim, Dusun 1, Desa Paya Geli,
Kec. Sunggal, Kab.Deli Serdang
Anak Ke : 5 dari 5

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Drs. Jafar Jusuf
Nama Ibu : Latifah Hanum

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 104182 Desa Paya Geli Tamat tahun 2006
2. SMP Negeri 3 Binjai Tamat tahun 2009
3. SMA Negeri 4 Binjai Tamat tahun 2012
4. Tahun 2012-2017, tercatat sebagai mahasiswa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, 15 Oktober 2017

Hanafi
1203110167

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Apa faktor yang mempengaruhi anda merokok ?
2. Apakah manfaat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok ?
3. Menurut anda apa penyebab dimunculkan nya pesan bahaya merokok di setiap kemasan rokok ?
4. Setelah melihat pesan bahaya merokok, bagaimana intensitas merokok anda ?
5. Menurut anda apa kelemahan/kekurangan pesan bahaya merokok, sehingga masih banyak orang yang mengkonsumsi rokok ?
6. Bagaimana menurut anda dengan kebenaran pesan bahaya merokok ?
7. Menurut anda apa yang harus dilakukan pemerintah untuk mengurangi orang merokok ?



